

# EKONOMI KREATIF DI MASA DEPAN : MEMPERKUAT IDENTITAS BUDAYA LOKAL KABUPATEN JEPARA

**Dr. H. Subroto, S.E., M.M.**

Wakil Bupati Kabupaten Jepara

## Pendahuluan

Adalah Professor Lester Carl Thurow, seorang guru besar dari sekolah manajemen “*Sloan Management School*”, MIT, Amerika Serikat, yang pada tahun 1991 pernah merilis sebuah kalimat pada suatu pertemuan di NSF (*National Science Foundation*) - semacam LIPI-nya Amerika Serikat, sebagai berikut:

*“In the 21st century, comparative advantages will become much less a function of natural resources endowments and capital labour ratios and much more a function of technology and skills. Mother nature and history will play a much smaller role, while human ingenuity will play a much bigger role”.*

Penggalan kalimat yang pernah dirilis oleh Prof. Thurow tersebut dilatarbelakangi data pertumbuhan ekonomi AS, yang telah sekian lama ditopang oleh peran penting dari penemuan-penemuan baru di bidang rekayasa teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology/ICT*), serta fenomena semakin maraknya internet sebagai media komunikasi global. Paling tidak ada tiga kata kunci dari penggalan kalimat yang disampaikan oleh Prof. Thurow dan ketiganya memberikan gambaran langsung dari tantangan yang akan membentuk masa depan. Ketiga kata kunci tersebut adalah: pertama, akan semakin berkurangnya peran sumber daya alam dan buruh sebagai elemen dasar untuk keunggulan suatu bangsa; kedua, akan semakin berkurangnya peran dari kejayaan masa lalu suatu bangsa dalam pertumbuhan bangsa; dan ketiga akan semakin meningkatnya peran dari kreatifitas dan daya inovasi manusia (*human ingenuity*) sebagai unsur pokok dalam menentukan keunggulan dan keberhasilan pertumbuhan ekonomi suatu bangsa.

Menurut Moelyono (2010), konsep ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh Hawkins (2002) dalam bukunya “*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*”. Diinspirasi oleh pemikiran Robert Lucas (pemenang Nobel di bidang ekonomi), bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dapat dilihat dari tingkat produktivitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Hawkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Konsep ekonomi kreatif itu kemudian dikembangkan oleh seorang ekonom Amerika, Richard Florida (2001) dalam bukunya “*The Rise of Creative Class dan dalam Cities and the Creative Class*”.

Sehubungan bahwa pembangunan sebuah bangsa tidak bisa dilepaskan dari aktifitas ekonomi, maka pada makalah ini akan diulas secara singkat tentang tiga hal penting, yakni: format tantangan pembangunan ekonomi di masa depan, bentuk-bentuk pekerjaan yang ada di masa depan, dan peran sumber daya manusia kreatif dalam mendinamisasi tantangan-tantangan masa depan tersebut. Sejak awal kemunculannya, ekonomi kreatif diyakini dapat mempercepat kemajuan pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis. Hal ini didasarkan pada fenomena paradoks yang muncul dari pengalaman pembangunan ekonomi dan pengembangan

bisnis di banyak negara, terutama pada perbedaan kinerja pembangunan ekonomi dan bisnis yang amat tajam antara negara-negara yang miskin sumber daya alam (SDA) dengan yang melimpah kekayaan alamnya. Dari data yang ada, tercatat bahwa sebagian besar industri kreatif yang berkembang di Indonesia masuk katagori Usaha Kecil Menengah (UKM) dan menurut data statistik 60% dari 85,4 juta tenaga kerja di sektor UKM adalah perempuan. Jadi keterlibatan kaum perempuan dalam dunia usaha, khususnya usaha kecil-kecilan, cukup signifikan.

### Tantangan Pembangunan Masa Depan

Abad ke-18 sampai dengan paruh pertama abad ke-19 dikenal sebagai era agraris dan format ekonomi yang ada dikenal dengan istilah *agricultural economy* yang sumber daya utama umumnya berupa tanah (pertanian, atau tanah garapan). Karena dari tanah (pertanian, atau tanah garapan) inilah kemudian dapat dimulai dan selanjutnya dikembangkan berbagai aktifitas ekonomi (yakni kreasi, produksi dan distribusi produk, jasa maupun proses).

Selanjutnya paruh kedua abad ke-19 sampai dengan paruh pertama abad ke-20 sering disebut dengan era industri dan format ekonomi yang ada lazim disebut dengan istilah *industrial economy* atau ekonomi industri (lihat tabel 1). Pada era ekonomi industri sumber daya alam (misalnya batubara, mineral dan bijih besi) dan buruh (yakni sumber daya manusia, namun umumnya sebatas dinilai dari aspek pekerjaan tangan atau *manual labour*) merupakan sumber daya utama dalam menggerakkan aktifitas ekonomi. Adapun paruh kedua abad ke-20 dan awal abad ke-21 sering disebut dengan istilah era informasi atau *information age* atau *digital age*, dan format ekonomi yang ada di dalamnya lazim disebut dengan ekonomi berbasis teknologi informasi atau *information economy* dan sering disebut dengan ekonomi berbasis pengetahuan atau *knowledge based economy* dengan pengetahuan atau *knowledge* menjadi sumber daya utamanya.

**Tabel 1**

Pergeseran Peradaban dan Dominasi Ekonomi

No.	Era Peradaban	Trend Aktivitas Ekonomi
1	Peradaban Gelombang I ( <i>First wave of civilisation</i> )	Perekonomian berbasis pengolahan sumber daya alam ( <i>natural resources economy</i> )
2	Peradaban Gelombang II ( <i>Second wave of civilisation</i> )	Perekonomian dengan basis rekayasa industri ( <i>industrial economy</i> )
3	Peradaban Gelombang III ( <i>Third wave of civilisation</i> )	Perekonomian dengan basis pemanfaatan dan menciptakan keunggulan dalam rekayasa Informasi dan Komunikasi ( <i>ICT economy</i> )
4	Peradaban Gelombang IV ( <i>Fourth wave of civilisation</i> )	Perekonomian dengan basis keunggulan sumber daya kreativitas dan inovasi ( <i>creativities and innovation economy</i> )

Sumber: Alvin Toffler (1980), dan berbagai sumber lainnya

Tahapan selanjutnya, yaitu masih di era abad ke-21 adalah tumbuh dan berkembangnya ekonomi kreatif atau *creative economy*, yaitu sebuah tatanan ekonomi yang ditopang oleh tiga unsur yakni keunggulan budaya, seni dan inovasi teknologi. Ekonomi kreatif pada hakekatnya masih merupakan bagian dari *knowledge based economy*/KBE atau ekonomi berbasis pengetahuan akan tetapi lebih mengedepankan pada perpaduan dari ketiga unsur tersebut. Pada hakekatnya di dua format ekonomi yang sebelumnya, pengetahuan atau *knowledge* juga sudah merupakan hal yang penting. Misalnya di format ekonomi industri, pengetahuan

untuk menambang (*knowledge to mine*), pengetahuan untuk membangun (*knowledge to build*), dan seterusnya adalah hal-hal yang juga penting.

Namun di kedua era tersebut, pengetahuan dalam konteks yang masih intrinsik umumnya memiliki nilai ekonomi yang rendah. Transaksi ekonomi umumnya didominasi oleh 'pengetahuan' yang telah dikonversi menjadi unsur yang '*tangible*', misalnya berupa jasa dan produk. Akan halnya, di era ekonomi kreatif, terutama dengan didorong oleh kemajuan teknologi informasi, maka proses rantai nilai olah-pengetahuan menjadi produk dapat lebih dipercepat, sehingga 'pengetahuan' dalam konteks yang masih berupa ide dan gagasan pun telah memiliki nilai keekonomian yang potensial.

Gambaran ringkas dari kinerja ekonomi kreatif menurut World Bank (2010) adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat pertumbuhan ekonomi kreatif mencapai 9% per tahun.
- 2) Tahun 2010, *global turn over* dari ekonomi kreatif mencapai US \$2,24 trilyun.
- 3) Sampai dengan akhir tahun 2010; 7,3% PDB dunia adalah kontribusi dari industri kreatif.
- 4) Kontribusi industri kreatif meningkat 13% per tahun.
- 5) Pekerja kreatif saat ini baru mencapai 5% dari total angkatan kerja global, akan tetapi terus tumbuh rata-rata di atas 5% setiap tahun.

Pada tabel 2 berikut diberikan data ringkas tentang potret kinerja ekonomi kreatif secara global pada tahun 2005.

**Tabel 2.**

Potret Kinerja Ekonomi Kreatif Global tahun 2005.

No	Nama Industri Kreatif	Laba Bersih Industri Kreatif (milyar US \$)
1	Periklanan ( <i>advertising</i> )	16
2	Arsitektur	24
3	Kesenian Tradisional	1,8
4	Kerajinan Tangan	0,4
5	Desain	17
6	Pakaian ( <i>fashion</i> )	9
7	Film	2,5
8	Musik	5
9	Media TV dan Radion	6
10	Perangkat Lunak ( <i>software</i> )	35

Sumber: *The Economist*, 2006

Data dan fakta yang dipaparkan di atas, menunjukkan bahwasanya potensi dari ekonomi kreatif adalah sangat besar dan sanggup memberikan implikasi yang luar biasa dalam pola pelaksanaan kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, maka membangun ekonomi kreatif adalah peluang yang harus dimanfaatkan dalam mengakselerasi pembangunan bangsa, khususnya dalam konteks untuk mempertahankan daya saing dan menjalankan pembangunan nasional yang berorientasi pada pertumbuhan.

### Tantangan dan Peluang Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai sebuah kumpulan aktifitas ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economic activities*) yang secara intensif menggunakan kreatifitas dan inovasi sebagai *primary input*-nya untuk menghasilkan berbagai produk dan jasa yang bernilai tambah. Adapun ruang lingkup dari ekonomi kreatif mencakup aspek yang sangat luas dan tidak terbatas pada seni dan budaya saja.

Secara umum konomi kreatif memiliki 3 dimensi yaitu dimensi inovasi dan kreatifitas, dimensi kapabilitas teknologi, dan dimensi seni dan budaya.

Pada gambar 1 di bawah, ditampilkan spektrum dari ekonomi kreatif yang mencakup berbagai sektor mulai dari pengetahuan tradisional, sampai dengan industri musik, filem, periklanan, dan berbagai industri perangkat lunak. Meskipun spektrumnya sangat luas, akan tetapi esensi dari ekonomi kreatif adalah semakin penting dan strategis kapasitas pengembangan kreasi dan daya inovasi. Sebagai konsekuensinya, maka di era ekonomi kreatif, dituntut adanya berbagai bentuk pekerjaan baru, yang tentunya berbeda dengan tuntutan pekerjaan di era industri maupun era agraris. Pekerjaan jenis baru atau *future of work* di era ekonomi kreatif, sesuai dengan namanya, tentunya adalah segala bentuk pekerjaan yang sarat dengan tuntutan untuk terus melakukan akumulasi pengetahuan untuk menghasilkan berbagai inovasi baru atau sering disebut dengan *innovation intensive employment*.



**Gambar 1**  
Spektrum Aktivitas Produktif Ekonomi Kreatif

Prinsip yang paling fundamental dari ekonomi kreatif adalah jika di era sebelumnya kinerja dari masyarakatnya umumnya diukur sebatas dari tingkat produktifitas dalam memproduksi produk, jasa maupun proses; maka dalam era ekonomi kreatif kinerja masyarakat diukur tidak sebatas pada peningkatan produktifitas belaka, akan tetapi lebih diukur berdasarkan dari peningkatan akumulasi pengetahuan dan peningkatan kapasitasnya dalam melakukan inovasi-inovasi ketika melakukan sejumlah aktifitas produksi tersebut.

Setidaknya ada tiga jenis tren dari bentuk pekerjaan di masa depan yang akan semakin menuntut adanya peran dari pekerja (atau *worker*) untuk sanggup menjadi pekerja kreatif. Ketiga tren jenis pekerjaan tersebut meliputi: *Pertama*, adalah aset non-fisik atau ide dan gagasan menjadi lebih penting dibandingkan dengan aset fisik, seperti modal dan sumber daya fisik lainnya. Di masa depan nanti akan semakin banyak terbentuk berbagai kerjasama antara penemu dan pencetus ide yang inovatif dengan sejumlah pemilik modal untuk terlibat dalam aktifitas kreasi pengetahuan (atau *knowledge creation*) yang bentuk nyatanya adalah aktifitas terkait dengan penelitian, pengembangan dan riset yang diarahkan untuk menghasilkan inovasi-inovasi baru. Tren seperti ini sudah nampak di negara maju, misalnya di negara-negara Skandinavia yang semenjak 5-6

tahun terakhir ini, perusahaan-perusahaan besar di sana sudah biasa memberikan modal ventura kepada para lulusan universitas yang memiliki ide dan temuan yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut pada skala komersial; *Kedua*, adalah maraknya bentuk tata organisasi yang lebih bersifat horisontal dan non-hirarkis, guna mempercepat proses produksi inovasi dan merangsang kreatifitas. Pekerja sekarang umumnya dituntut untuk sanggup melakukan pengayaan atau (*enrichment*) dari bentuk pekerjaan yang telah ada. Setiap individu dituntut untuk semakin aktif dalam mempelajari berbagai bentuk pengetahuan baru dengan cepat. Kinerja bagi para pekerja sekarang diukur dari tingkat kecepatannya dalam memperkaya pengetahuan yang telah dimilikinya dari waktu ke waktu. *Ketiga*, adalah semakin pentingnya kelembagaan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Di era dimana gagasan dan ide telah semakin memiliki nilai keekonomian yang tinggi, maka diperlukan suatu interaksi fungsional dalam bentuk yang baru antara pencetus ide dengan produsen komersialnya. Interaksi fungsional yang dimaksud itu adalah penumbuhkembangan dari lembaga hak atas kekayaan intelektual. Tanpa keberadaan kelembagaan tersebut, maka pencetus ide sebagai 'pemilik' dari gagasan dan inovasi justru akan berada dalam posisi yang tidak diuntungkan secara ekonomis, hal mana dapat berdampak pada berkurangnya motivasi untuk mencetuskan berbagai ide dan inovasi baru. Di pihak lain, kelembagaan perlindungan hak kekayaan intelektual dan hak cipta tersebut juga berfungsi sebagai rambu-rambu yang efektif dalam menjamin adanya persaingan di era ekonomi kreatif yang semakin mengglobal.

Ketiga tren di atas saat ini telah mulai menggejala di negara-negara maju. Negara-negara maju tersebut, khususnya yang tergabung dalam OECD telah mengantisipasi dengan sejumlah pranata kebijakan yang mengatur tatanan angkatan kerja di negeri masing-masing untuk mengantisipasi tren tersebut. Pada paragraf berikut akan dibahas tentang peran sumber daya manusia kreatif dalam menghadapi masa depan seiring dengan adanya tren bentuk pekerjaan baru di masa depan berikut tantangan-tantangan pembangunan ekonomi masa depan.

### **Manusia Kreatif: Modal Masa Depan**

Unsur utama dari pengembangan ekonomi kreatif tentunya adalah sumber daya manusia kreatif. Oleh karena itu, pembinaan sumber daya manusia menjadi para penemu dan pencetus ide kreatif adalah solusi untuk menghadapi berbagai peluang di era masa depan. Pada dua paragraf sebelumnya telah diulas tentang sejumlah tantangan strategis pada pembangunan ekonomi di masa depan serta bentuk-bentuk pekerjaan yang dituntut oleh pembangunan ekonomi masa depan tersebut. Maka pada paragraf ini akan diulas secara ringkas tentang pembinaan sumber daya manusia kreatif dalam menghadapi sekaligus mengantisipasi hal-hal tersebut.

Kunci keberhasilan pembangunan ekonomi kreatif terletak pada keunggulan modal manusia melalui pengembangan: 1) Investasi jangka panjang pada pendidikan; 2) Modernisasi infrastruktur informasi; 3) Peningkatan infrastruktur untuk pengembangan kreativitas dan kapabilitas inovasi; 4) Penciptaan lingkungan ekonomi yang kondusif untuk mendorong transaksi yang lebih atraktif tetapi efisien.

Selain itu perlu juga mempertimbangkan konsep berikut ini, yaitu 1) Talenta, untuk menghasilkan sesuatu yang berdaya saing tinggi, dibutuhkan SDM yang bertalenta, yakni orang-orang yang memiliki bakat khusus yang dibawa sejak lahir dan tidak dimiliki oleh orang lain. Orang-orang seperti ini memiliki penghasilan yang tinggi dari gagasan-gagasan kreatifnya. 2) Toleransi, manakala suatu daerah memiliki tingkat toleransi yang tinggi terhadap gagasan-gagasan kreatif dan kontroversial, serta mendukung orang-orang yang berani berbeda, maka iklim penciptaan kreatifitas dan inovasi akan semakin kondusif dan pekerja-pekerja kreatif dapat bebas mengekspresikan gagasannya. Termasuk dalam toleransi ini adalah kemudahan untuk

memulai usaha baru dan memadainya ketersediaan kanal-kanal solusi finansial untuk mengembangkan bisnis. 3) Teknologi, akhir-akhir ini kehadiran teknologi memiliki peranan yang sangat strategis dalam mempercepat, meningkatkan kualitas dan mempermudah kegiatan ekonomi dan bisnis.

Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pekerjaan manusia yang dapat digantikan oleh teknologi, sehingga manusia sebagai pembuat atau operatornya memiliki lebih banyak waktu untuk mengkreasi ide dan gagasan-gagasannya menjadi sebuah inovasi baru. Dengan demikian, kemudahan mengakses dan membeli teknologi, transfer teknologi adalah faktor penting dalam pembangunan ekonomi kreatif.

Membangun citra pengembangan ekonomi kreatif dapat ditempuh melalui beberapa langkah: 1) Melestarikan budaya lokal yang disertai dengan penyesuaian terhadap perkembangan terbaru yang lebih modern agar menarik minat generasi muda dan pasar internasional. Hal ini sejalan dengan karakteristik industri kreatif sebagai sektor industri yang dapat memberi pembaruan dalam pelestarian budaya sekaligus mengeksplorasi potensi ekonominya. 2) Melestarikan dan memperkuat nilai-nilai budaya untuk meningkatkan reputasi melalui konversi cagar budaya dan proteksi warisan budaya. 3) Membangun perilaku dan semangat kreativitas masyarakat berbasis budaya secara konsisten yang tercermin di segala dimensi sosial kemasyarakatan. 4) Meningkatkan rasa memiliki budaya yang diwariskan oleh leluhur guna menumbuhkan perilaku kebanggaan atas budaya lokal dan kebanggaan memakai produk dalam negeri. 5) Meningkatkan konektifitas melalui kemajuan teknologi yang disinergikan dengan nilai-nilai simbolik suatu produk agar berkarakter spesifik sesuai dengan identitas budaya lokal yang unik dan geniun.

#### **Epilog: Jepara Siap Memperkuat Basis Keunikan Lokal**

Mengulas Ekonomi Kreatif ini, karena ini adalah momentum bagus untuk mulai menumbuhkembangkan profesi-profesi kreatif di Kabupaten Jepara. Topik ini sangat menarik, namun mulai saat ini kita harus membiasakan diri untuk sering berganti-ganti kacamata sudut pandang, dari kaca mata makro ekonomi ke kacamata sosiologi, etnografi, kreatif & artistik, teknologi ICT, planologi, bahkan studi pembangunan. Saat ini kita hidup di era gelombang ke-4 peradaban yang dicirikan dengan semakin tumbuh dan berkembangnya ekonomi kreatif. Dalam peradaban gelombang ke-4 itu, unsur penentu daya saing adalah kreatifitas dan inovasi. Sehingga tantangan pembangunan yang terpenting yang harus kita hadapi dewasa ini, adalah tantangan untuk terus berinovasi atau *the need to continuously innovating*. Ekonomi kreatif ditopang oleh 3 pilar yaitu: budaya kreatifitas, daya inovasi, dan kemajuan teknologi.

Karena maraknya peran daya kreatifitas dan inovasi tersebut, maka beberapa literatur juga sering menyebutkan era sekarang ini sebagai abad inovasi atau *the Century of Innovation*. Saat ini inovasi, di berbagai bidang nyaris berlangsung tanpa henti, dan sebagai konsekuensinya, para inovator semakin menempati peran penting dalam peradaban sekarang ini. Dalam kondisi tersebut, maka karakteristik pekerjaan masa depan (*the future of works and employment*) ditandai dengan tuntutan untuk terus menerus melakukan inovasi atau innovative intensive employment dan berintikan pada pengarusutamaan pembelajaran terus menerus.

Di era ekonomi kreatif, maka infrastruktur dan segenap aktivitas ekonomi dengan sendirinya harus disesuaikan dengan karakteristik ekonomi kreatif, yaitu adanya basis pengetahuan yang menunjang inovasi, adanya mekanisme koordinasi yang menjamin sinergi industri dan universitas, serta pembentukan kelembagaan yang memberikan akses pemodalan dan pranata perlindungan hukum untuk kekayaan intelektual. Pemerintah baik pusat dan daerah, termasuk Pemkab Jepara, sedang dan terus mengembangkan sumber daya manusia sebagai aset utama dalam meraih peluang di era ekonomi kreatif.

Banyak studi empiris menunjukkan bahwa terdapat paling tidak, sedikitnya 4 (empat) persyaratan pokok untuk membangun ekonomi kreatif, meliputi : 1) Peningkatan kapasitas pengetahuan (melalui peningkatan kerjasama penelitian, *collaborative research*); 2) Peningkatan kualitas dan daya inovasi masyarakat (melalui pendidikan yang memadukan, iptek, budaya dan seni); 3) Penyempurnaan infrastruktur (untuk transportasi, informasi dan telekomunikasi); 4) Perbaikan pranata kebijakan yang mendukung (perlindungan hak kekayaan intelektual, peraturan anti monopoli, anti trust, pemodalan ventura, insentif pajak dan sejenisnya).

Kita semakin sadar betapa makin pentingnya konsepsi yang jelas dan terarah dalam pengembangan kapasitas dan kemampuan Kabupaten Jepara dalam membangun perekonomian daerah berbasis ekonomi kreatif, karena melihat kecenderungan dan beberapa fakta yang telah ada selama ini, antara lain : 1) Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi semakin cepat. Kecepatan Produksi Inovasi semakin tinggi. Siklus Inovasi semakin singkat; 2) Produksi Ekonomi Global (*global economy production*) meningkat 6 kali lipat di 20 tahun terakhir; 3) Mobilitas Manusia (*human mobility*) meningkat 5 kali lipat dalam kurun waktu 10 tahun terakhir. Indikasi ini menunjukkan bahwa interaksi antar manusia makin intensif; 4) Munculnya Kekuatan Ekonomi Global Baru: Cina dan India; 5) Kesenjangan Negara Kaya dan Negara Miskin semakin lebar. Data dari World Bank (2010) menunjukkan bahwa 80% kemajuan ekonomi global hanya dinikmati oleh 20% penduduk dunia.

Kabupaten Jepara pada dasarnya telah memiliki keunggulan untuk pengembangan ekonomi kreatif, dengan beberapa bukti sebagai berikut : 1) Kabupaten Jepara memiliki keunikan dalam keaneka ragam potensi keunggulan budaya dan kesenian lokal, salah satu contohnya tokoh cerita kepahlawanan Raden Ajeng Kartini, Ratu Shima, dan Ratu Kalinyamat yang dapat menjadi ikon khas dan unik dari Kabupaten Jepara; 2) Keberadaan pusat industri yang sarat dengan rekayasa produk-produk kreatif dan inovatif, seperti mebel, monel, rotan, dan kerajinan tradisional; 3) Ketersediaan modal Sosio-Historis kehidupan masyarakat Kabupaten Jepara.

Pemerintah Kabupaten Jepara telah mencanangkan pembangunan ekonomi kreatif berwawasan budaya. Pengembangan ekonomi kreatif diharapkan mampu menciptakan daya saing baru bagi masyarakat. Produk ekonomi kreatif lebih menonjolkan pada gagasan atau ide, yang sulit ditiru seperti produk pabrik. Jika dikelola dengan baik kontribusinya pada produk domestik bruto daerah (PDRB) dan produk domestik nasional (PDB) akan terus naik. Karenanya jika pengembangannya berhasil, maka daya saing ekonomi masyarakat otomatis naik. Ekonomi kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dari dimensi budaya. Ide-ide kreatif yang muncul adalah produk budaya. Karenanya strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif.

Masyarakat Kabupaten Jepara pada umumnya memiliki keunggulan toleransi keragaman sosio-kultural, yaitu 1) Sikap terbuka dan keramahan masyarakat terhadap orang asing maupun etnis lainnya; 2) Kesenian tradisi (warisan budaya) masyarakat dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari; dan 3) Terpeliharanya warisan budaya dan aset-aset wisata alam yang khas dan unik. Ketiga keunggulan tersebut mampu menjadi *meeting point* dari berbagai etnis dunia yang tidak sekadar ingin menikmati keindahan alam, namun juga ingin berkarya dan berkolaborasi dengan warga etnis lainnya. Interaksi semacam ini merupakan faktor penting bagi perekonomian masyarakat dan menjadikan masyarakat Kabupaten Jepara pada umumnya makin dikenal sebagai tempat berkarya bagi banyak individu kreatif yang tidak hanya berkelas nasional, namun juga berkelas dunia.

Kesimpulan dari hasil penjelasan di atas adalah bahwa realitas dan fenomena ekonomi kreatif sebenarnya bukanlah hal yang baru bagi kita, warga masyarakat Kabupaten Jepara, yang telah terbukti

memiliki aset kreativitas sejak dulu. Kabupaten Jepara tidak kekurangan modal kreatifitas, hanya saja pada saat ini kita belum mengintegrasikan dan menyinergikannya. Untuk itu langkah-langkah yang dibutuhkan adalah: Mengenali apa yang Kabupaten Jepara miliki (jati diri warga Jepara, potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia). Untuk itulah kiranya kita harus memulai menyusun langkah-langkah strategis sebagai berikut :

1. Menyusun Cetak Biru Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stake holder*), seperti pemerintah daerah, pengusaha, seniman, budayawan, tokoh spritual, akademisi, dan generasi muda.
2. Menyusun kebijakan taktis dan teknis mengenai ekonomi kreatif yang komprehensif sehingga bisa menjadi semacam juknis dan juklak bagi semua pengambil keputusan (*decision maker*) yang terkait dengan industri kreatif di Kabupaten Jepara.
3. Menggiatkan inisiatif, baik swasta maupun Pemerintah untuk menciptakan tempat-tempat pengembangan talenta industri kreatif di setiap wilayah di Kabupaten Jepara sampai ke desa-desa.
4. Menciptakan produk dan jasa unggulan daerah yang berbasis nilai-nilai kreativitas dan berbasis budaya lokal yang geniu, unik, dan khas berdasarkan prioritasnya, misalnya :
  1. Di bidang industri pariwisata (misal dalam pengelolaan Pantai Kartini, Bandengan, dan Kepulauan Karimun Jawa, dll)
  2. Kerajinan tangan (*handy-craft*) yang khas dan unik dengan muatan ciri lokal.
  3. Industri Jasa di bidang gaya hidup (spa tepi pantai, herbal berbahan rumput laut, dan aneka produk kuliner laut yang eksotis)
  4. Industri furnitur, rotan, kain tenun, patung, kaligrafi, dan produk seni dan budaya lainnya.
5. Menciptakan pasar berbasis budaya lokal di internal Jepara sendiri, karena selama ini Jepara telah menjadi target pasar dari daerah atau negara lain.
6. Menumbuhkan semangat invovasi dan kreativitas didalam dunia pendidikan agar generasi muda mampu melahirkan gagasan baru berdasarkan apa yang sudah dimiliki sejak awal.
7. Transfer teknologi yang konsisten dalam industri kreatif berwawasan budaya terutama dari industri-industri besar dan menengah ke UMKM-UMKM dan Koperasi yang telah ada di Kabupaten Jepara.
8. Meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) bagi Pemerintah Kabupaten Jepara dari sumber-sumber aktivitas ekonomi produktif berbasis kreativitas budaya lokal yang telah berorientasi industri dan berskala menengah dan besar, guna dijadikan modal dan sumber pendanaan bagi Pemkab Jepara dalam mendorong dan mengembangkan industri kreatif yang belum berkembang terutama bagi kalangan UMKM dan Koperasi.
9. Promosi Potensi Kabupaten Jepara baik di tingkat regional, nasional, dan internasional, yang terkait dengan:
  1. Potensi Alam dan Pariwisata yang eksotis dan berbau etnis yang geniu dan unik.
  2. Pengembangan dan penguatan warisan budaya lokal(*herritage*).
  3. Industri manufaktur dan jasa berbasis budaya dan seni
10. Sosialisasi, diseminasi, dan promosi harus dilakukan secara intens dan sistimatis tentang kekuatan Kabupaten Jepara dibidang Industri kreatif agar diperhitungkan di Peta kompetensi nasional dan dunia.

Tentu saja agenda yang diutarakan disini barulah sebuah *insights* untuk pembangunan ekonomi kreatif di Kabupaten Jepara. Disamping itu, tentunya dibutuhkan peran aktif Pemerintah Pusat, Propinsi, Pemkab



Jepara, dan juga seluruh komponen lapisan masyarakat Kabupaten Jepara secara terintegrasi dan terkoordinasi dalam membangun secara konsisten dan berkesinambungan industri kreatif berbasis budaya yang akan menjadi cetak biru (*blueprint*) pengembangan industri kreatif ini untuk perspektif 10 – 20 tahun mendatang.

### **Daftar Pustaka**

Alvin Toffler (1980), *The Third Wave*, Penerbit Penguin Book, England.

Howkins, John, (2001), *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*, Penguin Book, England.

Moelyono, Mauled (2010), *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta.

Richard Florida (2001) dalam bukunya “*The Rise of Creative Class dan dalam Cities and the Creative Class*”. Harvard University Press.